

## ～高価格の健康食品の模倣品について～

### 日本商標判例紹介 (32)

2023年10月25日

執筆者 弁理士 岡田充浩

#### 1 概要

若年層の健康意識の向上等で、中国の健康食品（サプリメント）市場が拡大している（下表を参照）。

中国保健食品の市場規模



(出所) 中国産業信息网(Chyxw)

当該市場の拡大に伴い、日本の健康食品の海外輸出も拡大している。一方で好評な健康食品は、模倣され易く、商標権等の侵害事件に発展する。

本稿では中国輸出向けの健康食品の模倣を争った事案を紹介する。

#### 2 原告と被告

原告は、健康食品、及び原材料の輸出入・販売等を目的とする株式会社である。

被告会社は、健康食品の販売・輸出入等を目的とする株式会社である。また被告Aは被告会社の代表取締役である。

#### 3 本事案での権利

原告商品	被告商品
<p>■ 瓶容器／外箱</p> <p>原告商品は瓶容器の表面に「NMN 9000+ PURE VIP」と印刷された、ニコチンアミドモノヌクレオチド含有の加工食品である。原告商品は複数のカプセルとして瓶容器に充填されている。</p> <p>瓶容器は外箱に格納され、外箱は全体が透明セロファンで包装されている。</p>	<p>■ 瓶容器</p> <p>被告商品は瓶容器の表面に「NMN 9000+ PURE VIP」と印刷された、ニコチンアミドモノヌクレオチド含有の加工食品である。原告商品は複数のカプセルとして瓶容器に充填されている。</p> <p>瓶容器は外箱に格納され、外箱は全体が透明セロファンで包装されている。</p>



■原告商標01

【登録5966592号】

商標】 NMN P U R E

名義】 権利者D及びE

備考】 原告は商標登録し、その後D及びEに譲渡し、D及びEから使用許諾を受けて、使用している。

■原告商標02

【登録5896791号】



商標】

名義】 原告

区分】 第5類（サプリメント）

#### 4 訴訟に至るまでの経緯

原告は、平成29年6月頃から、「NMN 9000+ PURE VIP」という商品名で原告商品を販売している。原告商品は、カプセル1錠あたり約150mgのNMNを含有する健康食品である。NMNは、「ニコチンアミドモノヌクレオチド」と称する、ビタミンB群の中に含まれる成分のひとつであり、老化現象の改善または予防という「抗老化効果」があるとして注目されている。原告商品は、カプセル形状で上記3欄の瓶容器に60錠分が充填され、瓶容器は、外箱に格納されている。原告商品は、1瓶あたり34万5600円の価格（当時）で販売されていた。

原告は、令和3年3月1日頃に、原告商品の模倣品が販売されている旨の連絡を受けた

。連絡は、被告会社の従業員Cによるものであり、被告Aらが原告商品の模倣品（被告商品）を製造し、従業員Cが被告Aらの指示で被告商品のラベルの発注し、発注が犯罪行為に該当すると後日認識したこと、が述べられた。

原告取締役Bは、令和3年3月2日に、Cと面談し、被告会社が、原告の名称を無断で使用し、原告商品の容器及び外箱と酷似する被告商品を日本国内で製造し、中国向けに販売し、508個の被告商品が販売済みであること、等を聴取した。

また原告取締役Bは、被告会社の社内風景の動画をCから提供された。動画には、原告商標が付された外箱が大量に保管される風景が含まれていた。

また原告取締役Bは、被告商品の現物をCから提供された。現物に付された標章等は、原告商品の容器及び外箱に付された標章等と一致した。

また原告取締役Bは、被告商品の外箱及び容器のラベルの鑑定を製作者者に依頼した。鑑定では、被告商品の外箱等が原告商品のものと酷似している一方、製作者者が異なることが判明した。

また原告取締役Bは、NMNの含有量等を試験機関に依頼した。試験では原告商品はNMNをカプセル1錠あたり164mg含有するのに対し、被告商品は4mg程度を含有する等、両商品の内容が異なることが判明した。

原告は、令和3年3月22日に、被告商品に関する法律相談を行い、その後、本訴提起を弁護士に委任した（令和3年（ワ）第13692号、損害賠償請求事件）。訴訟の審理を経て令和5年8月21日に判決言渡がなされた。

## 5 原告被告の主張

### 第1 権利侵害

原告の主張】被告は、令和2年2月頃から被告商品の製造販売を開始した。被告商品の容器及び外箱の外観は、原告商品のそれと同一である。被告商品の製造販売は、原告商品と誤信して購入した顧客の原告に対する信用を低下させ、信用を毀損する。

被告商品のラベル及び外箱の記載は、原告商標権を侵害する危険性が高い。また被告商品の製造販売は、不正競争（不正競争防止法2条1項1号～3号）に該当する危険性が高い。被告商品の製造販売及びこれらの準備行為は、原告の正当な経済活動を妨害する権利侵害行為である。

### 第2 故意

原告の主張】被告会社及び従業員は、原告商品の製造販売を認識しながら、被告商品の製造販売をしていたので、故意があるといえる。

### 第3 損害

原告の主張】被告商品の製造販売は、原告の信用を毀損する。原告商品の売上は、原告の売上の殆どを占めていることから、信用毀損の程度が著しいといえる。

被告会社は、原告商品の集客力の強さを用いて利益を獲得しようとしており、その

行為は悪質である。

原告のNMN関連商品の売上は1～10億円である。原告商品は1瓶約34万円であるところ、約500個の被告商品が中国市場向けに販売された。依って原告は、1億7000万円の巨額な取引機会を喪失し、取引上の信用が毀損された。これらを考慮すれば原告の無形損害は1000万円を下らない。

原告は、被告商品の製造販売の阻止のために調査活動した。調査活動に要した時間は、原告取締役Bが50時間、スタッフが30時間を下らない。調査活動中の人件費相当額も原告が受けた損害である。

依って本訴提起では1100万円の損害賠償を求める。

## 6 裁判所の判断

### 第1について

被告商品の製造販売は、原告商品の形態を模倣した被告商品の譲渡輸出という不正競争（不正競争防止法2条1項3号）に該当する。そして製造販売は、被告会社の従業員による被告会社の事業の執行であるから、被告会社には使用者責任（民法715条1項）が成立する。

### 第2について

被告商品の製造販売は、原告商品の販売開始（平成29年6月頃）より後であり、被告商品の外箱に原告の旧商号が付されていることから、全くの偶然とはいえず、原告商品を故意に模倣したと言える。

### 第3について

顧客の原告に対する信用の低下、及び信用の毀損については、被告商品が日本で販売された客観的証拠がなく、原告商品の販売額の減少の事実も明らかでない。また被告商品の中国への輸出については、Cからの聴取結果に過ぎず、客観的証拠がない。被告商品の中国向け販売の具体的な事情も明らかでない。また偽物の流通による原告商品の中国市場での販売不調のため、中国の販売代理店との契約が打ち切られた、との原告の主張については、具体的事情が不明である。

一方で原告は、被告商品の販売等の対処として、士業への法律相談や調査等の活動を実施して費用を支払った。諸般事情を鑑みて調査等の費用のうち20万円が不法行為と相当因果関係にある損害と言える。また弁護士費用のうち2万円が不法行為と相当因果関係にある損害と言える。Bやスタッフの人件費については、調査活動の報酬を支払った事情がなく、これを認める証拠もない。

### 小括

依って原告は、民法715条1項に基づき、被告会社等に対する22万円の損害賠償請求権を有する、と判断された。

## 7 結び

中国での経済成長や高齢人口の増加等から、中国の健康食品（サプリメント）市場は今後も増加すると考えられ、本事案のような争いも絶えないと思われる。

一方で本事案では、原告の主張立証の歯切れの悪さが目立ち、1瓶約34万円という高価格の原告商品の事件において、当該価格より極めて低額な損賠賠償請求を獲得するに留まった。

本事案のように、高価格の商品の製造販売や、海外への輸出等を実施する場合には、自社商品の模倣品の存在をウォッチングし、模倣品の存在による自社商品の損害額を確認しておく等の入念さが大切である。

以上